

## KNT-CTホールディングス各グループ会社の リソースを活用して、地域のために注力します。

### 取り組み事例 — PROJECT REPORT —

#### 自治体、民間企業と協業し、新しい手法で 「魅力ある観光地づくり」を強力に推進する観光庁の取り組み。

観光地の魅力となりうる資源を磨き上げる連携事業。  
互いが知恵と力を出しあって新しい魅力を創出する、観光庁の新たな試み。



国だけでも、地域だけでも、民間企業だけでもできない仕事。三本の矢を束ねてつよいチカラを生み出すことで初めて実現できる、新たな観光パワーへの挑戦。昨年から、観光庁が主導し全国で立ち上がっているそんな試み。近畿日本ツーリストも、各地の事業に参画し、そうしたパワーづくりと地域誘客のお手伝いをしています。

#### 観光地ビジネス創出の 総合支援

近畿日本ツーリスト株式会社



#### 国、自治体、民間企業が連携して 地域の新しい魅力を磨き上げ旅行商品化をめざす試み。

国と自治体、そして民間が手を取り合い、知恵と力を出しあって新しい観光地をつくり出したい、地域の新たな魅力を生み出したい。そうした思いから観光庁は平成 25 年度、全国の自治体を対象に「官民協働した魅力ある観光地の再建・強化事業」（以下、「官民協働事業」）を展開しました。

この事業を立案し主導してきた観光庁観光地域振興部観光資源課の能勢賢太郎主査は、「自治体の観光振興支援にあたり、民間企業の力を加えることで各地域が新しい視点、発想、切り口、テーマ、ターゲット層から観光資源を発掘して磨き上げ、体験型・交流型を基本とするニューツーリズムの観点で、既存とは違った旅行商品として造成してゆこうという、観光庁としてもこれまでにない試みでした」と、事業の成り立ちとねらいを述懐します。

この事業には全国の自治体から 613 件の応募があり、78 件の取り組みが採択されました。具体的には、外部から専門家や有識者を観光資源の「目利き」として招へいし、観光協会や NPO など地域の「観光地の担い手」とワーキングショップを重ねて観光資源を磨き上げ、実際に現地をめぐるモニターツアーを実施。その効果検証を行なって、ユニークな新しい魅力を備えたいくつかのツアー商品が造成されました。

また、この事業に採択されなかった地域へも、観光庁が商品化へ向けた基礎的な取り組みを実施し方向性を示す検証を行なう「将来的な商品化へ向けた観光資源磨きのモデル調査事業」が同様の手法で並行して実施されており、これら二つの事業には民間の立場から近畿日本ツーリストグループも参画しています。



観光地域振興部 観光資源課 主査 能勢 賢太郎 氏

## ～観光地ビジネス創出の総合支援 45地域の取り組み～



## 「観光地ビジネス創出の総合支援」事業で、 磨き上げた観光資源の継続的商品化と観光ビジネスモデルづくりを支援。

こうした流れを経て、平成 26 年度、観光庁は「官民協働事業」の発展継続的な事業として支援対象の 78 地域を 45 地域に絞り込み「観光地ビジネス創出の総合支援」を行なっています。

能勢主査と共にこれらの事業を主導する観光庁観光地域振興部観光資源課の塚本博係長はこう説明します。



観光地域振興部 観光資源課 係長 塚本 博氏

「この事業は、「官民協働事業」で培った資源磨きや商品づくりの経験を生かして今後各地域が行なう「観光地域づくりのビジネス化」への取り組みを支援するもので、造成した旅行商品を継続して販売する体制づくり、それを通じた地域観光の自主財源の確保、それらに継続的に取り組む地域の担い手の育成、などにより地域観光を自立的経営に誘導することをめざしています。

「官民協働事業」では地域が自らの魅力を見直し、新しい視点やテーマから新たな観光資源を発掘し磨き上げ、旅行商品として企画することを支援しました。さらにここでは、造成した商品を広く周知継続的に販売してゆける確かな体制を構築し、地域が自立的・自足的に収益性のある観光ビジネスとしてモデル化してゆくことを支援しています」

支援の一環として、観光庁では各地域で造成された旅行商品を一堂に会して紹介するポータルサイト「タビの産直イチ」を立ち上げており、そこでは各 45 地域の試みや地元からの情報・メッセージなどが詳細に掲載され、全国へ向けて発信されています。



## 2015年2月には、 2年間にわたる支援事業の集大成として東京・大阪で商談会を開催。

事業の、今年度以降の展開について能勢主査は、

「1年目で地域の新たな観光資源を磨き、2年目はそれを継続的な商品として育ててゆく。3年目からは各地域がさらにステップアップを図り、商品づくりから販売、告知、集客にいたるまでのスキルを磨き上げ、自立した観光ビジネスモデルを確立してほしい」と総括します。

観光庁では、2年間の継続事業の集大成として、また、3年目以降への大きなステップボードとして、平成27年2月、各自治体と旅行関係者とをマッチングさせる場＝商談会の主催を予定しています。

このイベントは東京と大阪で開催され、45地域の関係者が各地の旅行事業者を前にそれぞれが磨き上げた旅行商品のプレゼンテーションを行なう、地元の新しい魅力を直接アピールする絶好の機会となるはず。近畿日本ツーリストも、会場の設営や運営など、より効果的な商談実現のためにさまざまな協力を行ないます。

観光庁は、地域がそれぞれ創意工夫を凝らした主体的な観光事業に取り組めるよう、観光をキーとして広域地域が連携する「観光圏」の整備を進めるなど、当事業に先立ってさまざまな側面から地域振興支援を行なっています。2020年の東京オリンピック開催に向けて、今後、外国からの来訪者がさらに増加することは確実で、地方観光の重要性もますます大きくなります。国内観光が元気になるなければ、そうしたインバウンド需要も活性化しない。それが、訪日旅行促進事業（ビジット・ジャパン）を推進する観光庁の基本的な考えでもあるからです。

「どの地域にもそれぞれ特色があり、それぞれ魅力があります。地域がそれをさらに磨き上げて再創造し、多様で多彩な観光の新しいチカラを生み出すこと。観光のチカラで地域再生を果たしてゆくこと。それこそが観光庁の望む理想です」。能勢主査と塚本係長は言葉をそろえてそう断言します。

近畿日本ツーリストグループも、地域と共に「魅力ある観光地づくり」に取り組んでまいります。

